

**MANAJEMEN KEMITRAAN WARALABA
SEKTOR FARMASI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Di Apotek K-24 Kabupaten Banyumas)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E.Sy)

IAIN PURWOKERTO

Oleh:

**LINA MUFFIDAH
NIM. 102323058**

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2016**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lina Muffidah

NIM : 102323058

Jenjang : S-1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul “**Manajemen Kemitraan Waralaba Sektor Farmasi Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Apotek K-24 Kabupaten Banyumas)**” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 14 Januari 2016

Saya yang menyatakan,



Lina Muffidah
NIM. 102323058



KI MENTERIAN AGAMA
 INSTITUT AGA VIA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jen. I. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
 Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi berjudul

**MANAJEMEN KEMITRAAN WARALABA SEKTOR FARMASI PERSPEKTIF
 EKONOMI ISLAM**
 (Studi Kasus di Apotek K-24 Kabupaten Banyuwangi)

Yang disusun oleh Saudari **LINA MUFFIDAH NIM. 102323058** Jurusan/Program Studi
Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada
 hari Kamis tanggal 21 Januari 2016 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk
 memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy.) oleh **Sidang Dewan Penguji
 Skripsi**

Ketua Sidang/Penguji

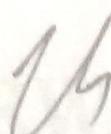
Sekretaris Sidang/Penguji


 Lin Solikhin, M.A.
 NIP. 19720805 200112 1 002


 Yoiz Shofwa Shafarani, SP., M.Si
 NIP. 19781231 200801 2 027

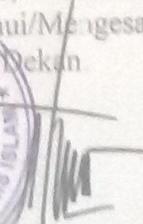
IAIN PURWOKERTO

Pemontoran/Penguji


 Chandra Warsito, S.TP., SE., M.Si.
 NIP. 19790323 201101 1 007

Purwokerto, Januari 2016



Mengetahui/Mengesahkan
 Dekan

 Muhammad Aminudin Aziz, M.M.
 NIP. 19680403 199403 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Islam IAIN
Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Lina Muffidah, NIM: 102323058 yang berjudul:

**MANAJEMEN KEMITRAAN WARALABA
SEKTOR FARMASI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Di Apotek K-24 Kabupaten Banyumas)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Rektor IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E.Sy).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 14 Januari 2016
Pembimbing,



Chandra Warsito, S.TP., M.Si.
NIP. 19790323 201101 1 007

**MANAJEMEN KEMITRAAN WARALABA
SEKTOR FARMASI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Di Apotek K-24 Kabupaten Banyumas)**

Lina Muffidah

102323058

E-mail: linamuffidah12@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Dalam pembuatan apotek *franchise* yang menerapkan sistem jaringan seperti yang digunakan oleh sistem *Mart*. Secara teknis berbeda dari bisnis yang lainnya, bisnis apotek membutuhkan manajemen khusus karena diferensiasi serta spesifikasi produknya yang kuat pada produk kesehatan, khususnya obat. Apotek K-24 sebagai pelopor apotek jaringan waralaba yang menginspirasi pasar melalui pertumbuhan bisnisnya yang cepat dan besar dalam pengembangan bisnisnya, memiliki konsep bisnis apotek yang unggul dan sudah terbukti, dari lima jaminan pasti yang diberikan oleh Apotek K-24. Selain itu, usaha Apotek K-24 juga mendapatkan banyak penghargaan dari tahun ke tahun. Persoalan yang akan dikaji adalah bagaimana Apotek K-24 dalam menerapkan manajemen kemitraan berdasarkan perpekti Ekonomi Islam. Dianalisis menggunakan analisis SWOT, yakni yang nantinya akan memberikan alternatif rencana dan strategi pada waralaba Apotek K-24.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Data diperoleh dari subjek penelitian seperti, Pemberi waralaba Apotek K-24 dengan Penerima waralaba Apotek K-24 Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode penelitian kualitatif, yang dimaksudkan untuk mendeskripsikan suatu situasi atau kondisi yang bersifat fakta. serta menggunakan analisis SWOT.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil secara umum bahwa Manajemen Kemitraan waralaba yang dilakukan oleh Apotek K-24 yang ada di wilayah Banyumas dengan pemilik waralaba Apotek K-24 telah melaksanakan proses manajemen dengan baik dan sesuai Standar Operasional Prosedur K-24. Aspek kemitraan usaha yang dijalankan berdasarkan perspektif ekonomi Islam, pada bentuk operasionalnya serupa dengan bentuk *syirkah abdan*. Dalam hal ini apotek K-24 memberikan kontribusi berupa keahlian yang dimiliki dan hal lain sesuai kesepakatan. Dari alternatif rencana dan strategi yang tepat untuk diaplikasikan pada Apotek K-24 melalui pendekatan analisis SWOT, salah satunya memaksimalkan strategi yang telah dijalankan '5 jaminan pasti' yang ditawarkan Apotek K-24 agar lebih optimal.

Kata kunci: *Manajemen Kemitraan, Waralaba, Ekonomi Islam, Analisis*

SWOT, Apotek K-24

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor 158/ 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	s\a	s\	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	h}a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	ra´	r	er
ز	zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad	d}	de (dengan titik di bawah)

ط	t}a'	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a'	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	gain	g	ge
ف	fa´	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	we
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	Ye

Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

Ta'marbu>ḥah diakhir kata bila dimatikan tulis h

حكمة	ditulis	<i>h}ikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	ditulis	<i>Kara>mah al-auliya>'</i>
----------------	---------	-----------------------------------

- b. Bila *ta'marbu>t}ah* hidup atau dengan harakat, fathâh atau kasrah atau d'ammah ditulis dengan *t*

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zaka>t al-fit}r</i>
------------	---------	---------------------------

Vokal Pendek

— َ —	fathâh	ditulis	a
— ِ —	kasrah	ditulis	i
— ُ —	d'ammah	ditulis	u

Vokal Panjang

1.	Fath}ah + alif	ditulis	<i>a></i>
	جاهلية	ditulis	<i>ja>hiliyah</i>
2.	Fath}ah + ya' mati	ditulis	<i>a></i>
	تنسي	ditulis	<i>tansa></i>
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	<i>i></i>
	كريم	ditulis	<i>kari>m</i>
4.	D}ammah + wa>wu mati	ditulis	<i>u></i>
	فروض	ditulis	<i>furu>d}</i>

Vokal Rangkap

1.	Fath}ah + ya' mati	ditulis	<i>ai</i>
	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2.	Fath}ah + wawu mati	ditulis	<i>au</i>
	قول	ditulis	<i>qaul</i>

Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'a>n</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiya>s</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkannya *l (el)*nya

السماء	ditulis	<i>as-Sama>'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawi> al-furu>d}</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kekuatan kepada kita semua sehingga kita selalu diberi keridhoan dalam bertindak dan keberkahan dalam berkarya. Karena hanya kepada-Nyalah kita sebagai manusia tidak akan lepas berhenti bermunajat pada raja alam semesta Allah SWT.

Shalawat serta salam semoga tetap tersanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabatnya, tabi'in dan seluruh umat Islam seluruh jagat raya yang senantiasa mengikuti semua ajarannya. Semoga kelak kita mendapatkan syafa'atnya di hari akhir penantian.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penyusun sampaikan tulus terima kasih yang mendalam kepada:

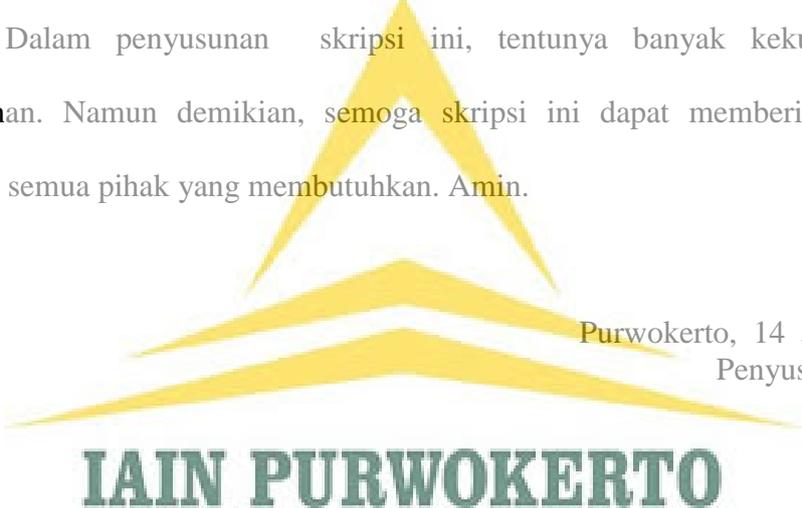
1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Drs. H. Munjin, M.Pd.I, Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Drs. Asdlori, M.Pd.I., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. H. Supriyanto, Lc., M.S.I., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

5. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Chandra Warsito, S.TP., M.Si., Pembimbing, terima kasih karena telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi IAIN Purwokerto.
9. Segenap Staff Perpustakaan IAIN Purwokerto.
10. Grace Amelia Senggu , *Head of Legal Departement* PT.K-24 Indonesia yang telah memberikan ijin dan kesempatan untuk mengadakan penelitian.
11. Serli Sulistiawati, Pemilik Sarana Apotek K-24 Cab.Pemuda dan Para Karyawan
12. Stephani Yuliana, Pemilik Sarana Apotek K-24 Cab.Soedirman
13. Ika Noviana S, Penanggung jawab Apotek K-24 Cab.Soedirman
14. Orang tua tercinta Bapak Sukardi dan Ibu Sukini yang senantiasa memberikan do'a yang tulus, kasih sayang, dukungan, bimbingan dan motivasi dalam penyusunan skripsi.
15. Untuk Kakakku Siti Rohwati dan Ummu Latifah, Adikku Lutfi Nur Khasanah dan Putri Idha Nurfatimah terima kasih atas dukungan dan kebersamannya.

16. Teman-teman Ekonomi Satu Community (Ekstunity) angkatan 2010 IAIN Purwokerto, terima kasih atas motivasi dan diskusi kalian yang sangat membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi.
17. Sahabat-sahabatku terima kasih atas do'a, motivasi serta semangat kalian yang diberikan kepada penyusun. Semoga Allah mempermudah jalan hidup kita semua.
18. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya banyak kekurangan dan kesalahan. Namun demikian, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang membutuhkan. Amin.

Purwokerto, 14 Januari 2016
Penyusun,



IAIN PURWOKERTO

Lina Muffidah
NIM. 102323058

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Pustaka.....	7
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Konsep Manajemen.....	21
1. Pengertian Manajemen	21
2. Dimensi Manajemen	22

3. Fungsi Manajemen	23
4. Proses Manajemen	24
B. Konsep Kemitraan	28
1. Pengertian Kemitraan	28
2. Manfaat Kemitraan	30
3. Etika Bisnis yang harus dibangun dalam sistem Kemitraan.....	31
4. Pola –pola Kemitraan	33
C. Konsep Waralaba	35
1. Pengertian Waralaba	35
2. Jenis-jenis dan pola Waralaba dalam Bisnis	38
3. Keunggulan dan kelemahan Waralaba.....	40
4. Pandangan Waralaba Menurut Hukum Islam	43
D. Mekanisme Kemitraan Waralaba	46
E. Kemitraan dalam Sistem Ekonomi Islam	52

IAIN PURWOKERTO

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	57
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	57
C. Objek Penelitian	57
D. Sumber Data Penelitian.....	58
E. Teknik Pengumpulan Data.....	59
F. Teknik Analisis Data.....	60

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Apotek K-24	62
1. Sejarah Singkat.....	62
2. Visi dan Misi Apotek K-24	63
3. Struktur Organisasi Apotek K-24	64
4. Apotek K-24 sebagai Konsep Bisnis.....	65
5. Mekanisme Pelaksanaan Bisnis Waralaba Apotek K-24	68
B. Analisis Aspek Manajemen Terhadap Kemitraan Waralaba Apotek K-24 Kabupaten Banyumas Perspektif Ekonomi Islam	70
C. Analisis SWOT terhadap Manajemen Kemitraan Waralaba Apotek K-24	75
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89

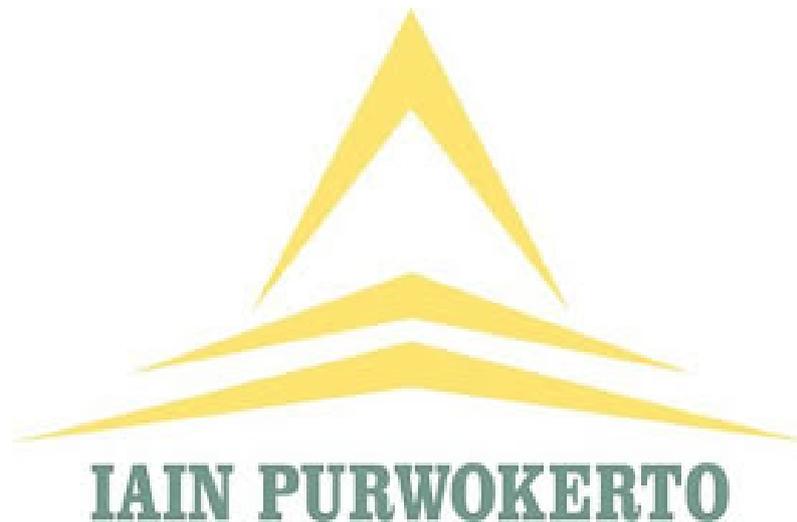
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Kajian Pustaka	16
Tabel 2	Matriks SWOT Faktor-faktor IFAS dan EFAS.....	61
Tabel 3	Daftar Peluang dan Ancaman Bisnis Waralaba Apotek K-24.....	75
Tabel 4	Daftar Kekuatan dan Kelemahan Bisnis Waralaba Apotek K-24	77
Tabel 5	Formulasi strategi dari perpaduan masing-masing komponen Bisnis Waralaba Apotek K-24.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Hubungan Kemitraan Pewaralaba dan Terwaralaba	48
Gambar 2 Hak Dan Kewajiban antara Franchisor dan Franchisee.....	49
Gambar 3 Unsur-unsur dalam waralaba.....	50
Gambar 4 Struktur Organisasi Apotek K-24	64
Gambar 5 Tahapan menjadi Franchise Apotek K-24.....	68



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Matrik EFAS dan IFAS
- Lampiran 2 Daftar Hasil Wawancara
- Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 4 Brosur Apotek K-24
- Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 6 Surat Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
- Lampiran 7 Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing
- Lampiran 8 Blangko Bimbingan Skripsi
- Lampiran 9 Surat Permohonan Riset Individual
- Lampiran 10 Rekomendasi Seminar
- Lampiran 11 Surat Keterangan Seminar
- Lampiran 12 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 13 Surat Rekomendasi Munasosyah
- Lampiran 14 Sertifikat
- Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kerjasama usaha dalam berbisnis yang biasa disebut kemitraan, dipilih sebagai salah satu cara untuk membantu pengembangan usaha. Kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.¹ Kemitraan usaha adalah jalinan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha kecil dengan pengusaha menengah/besar (perusahaan Mitra) disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha besar, sehingga saling memerlukan, menguntungkan dan memperkuat.² Banyak program pemerintah dan pola-pola kemitraan yang dibuat untuk pengusaha kecil. Hal ini bertujuan untuk mendorong dan menumbuhkan pengusaha kecil tangguh dan modern. pengusaha kecil sebagai kekuatan ekonomi rakyat dan berakar pada masyarakat dan pengusaha kecil yang mampu memperkokoh struktur perekonomian nasional yang lebih efisien.³

Pola kemitraan dapat dikatakan sebagai suatu inovasi yang mengandung pengertian bahwa telah terjadi proses pembaharuan (inovasi=sesuatu yang baru)

¹ Kementerian koperasi dan UKM, "PP Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan" <http://www.depkop.go.id/regulasi/>, diakses 10 September 2014, pukul 08.00 WIB.

² Anonymous, "Pola Kemitraan", [http:// slideshare.net/pola-kemitraan](http://slideshare.net/pola-kemitraan), diakses 28 Januari 2015 pukul 10.30 WIB.

³ *Ibid.*,

terhadap pola kemitraan dalam banyak hal.⁴ Artinya pola kemitraan bukan sesuatu yang baru sama sekali di dunia bisnis, tetapi telah mengalami proses perubahan dari waktu ke waktu hingga saat ini. Salah satunya pola kemitraan waralaba merupakan bentuk hubungan kemitraan antara pemilik waralaba atau pewaralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*) yang didalamnya pemberi waralaba memberikan hak penggunaan lisensi, merek dagang, dan saluran distribusi perusahaannya kepada penerima waralaba dengan disertai bantuan bimbingan manajemen.⁵ Kerjasama ini biasanya didukung dengan pemilihan tempat, rencana bangunan, pembelian peralatan, pola arus kerja, pemilihan karyawan, konsultasi, standarisasi, pengendalian, kualitas, riset dan sumber-sumber permodalan.⁶

Di Indonesia, waralaba mulai dikenal pada tahun 1950-an dengan munculnya *dealer* kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi atau menjadi agen tunggal pemilik merek. Waralaba di Indonesia semakin berkembang ketika masuknya waralaba asing pada tahun 80-90an. *KFC, MCDonald's, Burger King,* dan *Wendys* adalah sebagian dari jejaring waralaba asing yang masuk ke Indonesia pada awal-awal berkembangnya waralaba di Indonesia. Perusahaan-perusahaan waralaba lokal pun mulai bertumbuhan pada masa itu, salah satunya Es Teller 77. Pesatnya pertumbuhan penjualan sistem waralaba disebabkan oleh

⁴Purnaningsih,N., “Strategi Kemitraan Agribisnis Berkelanjutan”, *Solidality : Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia* , vol.1, No.1. 2007, <http://journal.ipb.ac.id/>, diakses pada tanggal 14 Oktober 2014 pukul 10.00 WIB

⁵Anonymous, “UU Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil” <http://www.jakarta.go.id/produk-hukum/>, diakses 10 September 2014, pukul 10.00 WIB.

⁶ Anonymous, “Pola Kemitraan” [http:// slideshare.net/pola-kemitraan](http://slideshare.net/pola-kemitraan), diakses 28 Januari 2015, pukul. 10.35 WIB.

faktor popularitas *franchisor*. Hal ini tercermin dari kemampuannya untuk menawarkan suatu bidang usaha yang probabilitas keberhasilannya tinggi.⁷

Investor yang memulai memilih jalan usaha dengan sistem bisnis kemitraan waralaba dinilai lebih meminimalisir risiko kegagalan usaha dari membuka usahanya secara sendiri. Karena dengan memilih waralaba selain dapat meminimalkan resiko gagal usaha, dapat menjadi pengusaha dalam waktu sekejap, lebih menghemat waktu, biaya, dan tenaga. Selain itu, waralaba memudahkan dalam dukungan promosi bersama (nasional), mendapatkan dukungan dan panduan dari pewaralaba, serta merek usaha yang sudah dikenal masyarakat.⁸ Contoh bisnis waralaba yang sedang berkembang pesat di Indonesia saat ini selain Indomaret dan Alfamart adalah Apotek. Hal ini terjadi karena Bisnis Apotek adalah usaha yang telah ada sejak dahulu dan umurnya hampir sama dengan dunia kedokteran.⁹

Apotek mempunyai dua fungsi yaitu pelayanan kesehatan dan bisnis atau perusahaan. Perusahaan yang baik akan senantiasa memperhatikan manajemen perusahaannya untuk mengimbangi perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif. Perusahaan memerlukan sistem manajemen yang didesain sesuai dengan tuntutan lingkungan usahanya, karena dengan begitu perusahaan akan mampu bersaing dan berkembang dengan baik.¹⁰ Metode pembuatan apotek *franchise* yang menerapkan sistem jaringan seperti yang digunakan oleh sistem

⁷ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba Cet. Pertama*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), hlm.19.

⁸ Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm.29-30.

⁹ ZehanWidiastuti, "Perkembangan Waralaba Di indonesia"
<http://zehanwidiastuti.wordpress.com>, diakses 09 September 2014, pukul 20.10 WIB.

¹⁰ Fajar Kuniardi, "Pengaruh Kompensasi dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan di Apotek Berkah", Bandung: Universitas Widyatama, 2012, hlm.1.

mart. Menjadikan apotek jauh lebih kokoh serta responsif dengan pasar. Walaupun Bisnis apotek dapat dibandingkan dengan skala ritel umum atau *franchise mart* yang marak mengepung masyarakat saat ini. Secara teknis, bisnis apotek membutuhkan manajemen khusus karena diferensiasi serta spesifikasi produknya yang kuat pada produk kesehatan, khususnya obat. Selain itu, untuk menjadi sebuah konsep '*Drug Store*' yang cerdas, dan lengkap, tentunya adalah pilihan inovatif dalam persaingan kompetisi dunia perapotekan yang akan semakin ketat.¹¹

Apotek K-24 merupakan Apotek asli Indonesia yang pertama diwaralabakan dalam pengembangan bisnisnya, mempunyai *corporate culture* dan strategi bisnis yang cocok untuk Indonesia. Memiliki konsep bisnis apotek yang unggul dan sudah terbukti. Hal ini terkait dengan lima jaminan pasti yang ditawarkan oleh Apotek K-24 yaitu: jaminan 100% obat asli, beroperasi setiap hari selama 24 jam termasuk pada hari libur, harga obat tetap sama, konsultasi apoteker gratis, dan inovasi layanan antar. Lima jaminan pasti tersebut telah menempatkan Apotek K-24 di hati masyarakat sebagai apotek yang berkualitas, terpercaya, dapat diandalkan setiap saat, dan yang pasti pantas untuk direkomendasikan. Rekomendasi menjadi sebuah *brand* oleh konsumen, yang tidak lepas dari kepercayaan dan loyalitas konsumen yang tinggi terhadap *brand* tersebut. Oleh karena itu, sebuah *brand* harus memiliki diferensiasi/ perbedaan yang jelas agar mendapat tempat dihati masyarakat.¹²

¹¹ Galih, "Apotek; bisnis basah di samudra biru", <http://bisnisfarmasi.wordpress.com>, diakses 09 September 2014, pukul 10.00 WIB.

¹² Apotek k-24, "Apotek K-24 Raih Penghargaan Gold Champion of Indonesia WOW Brand Award 2014" <http://www.apotek-k24.com>, diakses 10 September 2014, pukul 10.00 WIB.

Apotek K-24 sebagai pelopor apotek jaringan waralaba yang menginspirasi pasar melalui pertumbuhan bisnisnya yang cepat dan besar. Terbukti dari usaha apotek K-24 sehingga mendapatkan penghargaan dari tahun ke tahun. Di tahun 2005 Penghargaan MURI pertama dan kedua kategori ‘Apotek Jaringan Pertama di Indonesia Yang Buka 24 Jam Non Stop Setiap Hari’ dan ‘Apotek Asli Indonesia Yang Pertama Kali Diwaralabakan’. Tahun 2008 Penghargaan MURI ke-sebelas kategori ‘Pembukaan Gerai Apotek Secara Serentak dengan Jumlah Terbanyak, 24 Gerai’. Selanjutnya, diikuti dengan prestasi-prestasi lainnya pada tahun 2010-2015 seperti ; *Franchise Top of Mind (2010, 2013), Franchise Best Seller 2010 , Fastest Growing (2011,2014), The Best in Marketing Strategy Indonesia Franchisor of The Year 2011, TOP Brand (2011,2012,2013), Indonesia Original Brand (2011,2013), Indonesia Brand Champion 2012, As Potential Winner Indonesia Franchisor of The Year 2012, Jogja Marketeers Champion 2013, Corporate Image Award 2013, Pioneer Brand Indonesia 2014, Market Leader 2014, Indonesia Most Reputable Healthcare Brand 2014, Gold Champion of Indonesia WOW Brand Award 2014, Gold Champion of Indonesia WOW Brand Award 2015.*¹³

Usaha Apotek K-24 dapat dikatakan sebagai usaha yang memiliki prospek cerah dan menjanjikan asalkan pengelolanya siap untuk terjun langsung menjalankan sendiri bisnis tersebut dan mematuhi segala aturan yang telah menjadi kesepakatan bersama. Dalam jangka panjang apotek akan selalu menjadi tempat pemenuhan kebutuhan pokok kedua berupa obat-obatan penunjang

¹³ Apotek K-24, “Penghargaan” <http://Apotek K-24.com>, diakses 28 November 2014, pukul 09.00 WIB.

kesehatan bagi seluruh lapisan masyarakat. Selain *royalty fee* ringan, *brand* kuat dan sudah dikenal, dalam setiap pembukaan cabang Apotek K-24 mendapat dukungan dan panduan dari pewaralaba.

Pendampingan persiapan pembukaan apotek sampai operasional selalu diperhatikan: Pendirian gerai izin operasional apotek, renovasi bangunan, rekrutmen & pelatihan staf, sistem IT, software online 24 jam, strategi pemasaran, hingga operasional. Selain itu Sistem SDM yang unggul dengan adanya K-24 *Academy* sebagai pusat pelatihan SDM terpadu. Apotek K-24 dalam mendirikan gerai, sebelumnya akan diberikan informasi mengenai iklan pendirian apotek K-24 atau ada pihak investor pengusaha/ pihak lain yang ingin menjadi pemodal apotek K-24, datang langsung ke PT.K-24 atau melalui *call center*. Mereka yang terdaftar dan mencalonkan diri sebagai investor diseleksi dan melakukan interview, dipilih sesuai kriteria investor K-24 yang ditetapkan, visi misi yang sama dengan pemberi waralaba. Selanjutnya, Penilaian dilakukan bukan dari mereka yang berkemampuan *financial*, tapi dari kemauan investor ada atau tidaknya untuk berjiwa melayani. Hal itu sangat diperlukan karena *value* apotek K-24 adalah 'pasti peduli'.¹⁴

Apotek K-24 berada disuatu bidang usaha yang terdapat beberapa batasan, terbatas dari pengabdian profesi, *margin* dan pelayanan karena sifatnya kesehatan. Apotek K-24 bergerak di bidang usaha yang tidak dapat disamakan dengan kepentingan bisnis lainnya, karena ada sisi kemanusiaan. Usaha apotek merupakan suatu bidang usaha yang memang ada batasan-batasannya. Di

¹⁴ Hasil Wawancara dengan Grace Amelia Senggu (Head of Legal Departement PT.K-24 Yogyakarta), pada tanggal 30 Juni 2015, pukul 09.30 WIB.

Indonesia harga obat ada batas maksimal *margin* nya yang diatur oleh negara. Maka dari itu ketika sakit obat akan menjadi kebutuhan primer setelah pangan, sehingga sangat dibutuhkan dan tidak dapat digantikan. Dan jika masyarakat menengah kebawah yang membutuhkannya dan harga obat melonjak sesuka hati. Tentunya, dapat menyusahkan dan tidak dapat membantu masyarakat. Selanjutnya, Apotek juga dibatasi dalam penjualan karena ada pengabdian profesi. Profesi menjadi Seorang apoteker harus memahami keahlian kefarmasiannya tapi juga harus dibekali manajemen penjualannya. Sehingga dalam melakukan pelayanan harus didampingi apoteker dan apoteker ini memberikan suatu informasi kesehatan kepada pelanggan. Sehingga, harus berhati-hati dengan penjelasannya karena hal yang dijelaskan dipertanggung jawabkan dan profesi apoteker juga melakukan sumpah jabatan. Meski usaha apotek dibatasi dengan aturan pemerintah serta tidak mudah juga mencari keuntungan bukan berarti tidak menguntungkan. Usaha apotek K-24 itu menguntungkan karena sifatnya yang *longlife* tidak akan pernah ada musimnya, setiap waktu akan selalu dibutuhkan dan dicari orang.¹⁵

Sebagaimana umumnya bisnis, waralaba tetap memiliki resiko kerugian. Di sinilah pentingnya untuk ‘meneliti terlebih dahulu sebelum membeli’. Analisa kelayakan usaha sangat diperlukan untuk meraih kesuksesan dalam bisnis waralaba ini. Untuk mencapai suatu keberhasilan diperlukan perencanaan yang matang dan cara berpikir strategis. Karena di setiap masalah yang nantinya akan kita hadapi selalu tersedia ruang kosong untuk sebuah

¹⁵Hasil Wawancara dengan Grace Amelia Senggu (Head of Legal Departement PT.K-24 Yogyakarta), pada tanggal 30 Juni 2015, pukul 09.30 WIB.

peluang. Di sinilah pentingnya strategi yang cerdas dan jitu, dan itu semua tergantung dari kemampuan kita untuk memilih dan memanfaatkannya menjadi peluang yang memihak kepada kita.¹⁶

Setiap pengelolaan dan pengembangan usaha memerlukan suatu perencanaan strategis, yaitu suatu pola atau struktur yang akan mendukung menuju ke arah tujuan akhir yang ingin dicapai. Untuk dapat memilih dan menetapkan strategi yang akan dipakai dapat dilakukan melalui pendekatan dengan analisis SWOT. Dalam perkembangannya saat ini, SWOT tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di medan pertempuran, melainkan banyak dipakai juga dalam penyusunan perencanaan strategi bisnis yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera di ambil keputusan, berikut semua perubahannya dalam menghadapi pesaing.¹⁷

Demikian pula halnya dalam pengembangan bisnis waralaba apotek K-24, walaupun telah memiliki sistem yang sudah teruji dengan baik, namun tetap saja diperlukan suatu perencanaan bisnis yang akurat. Bagi pemilik waralaba rencana bisnis tersebut amat diperlukan mengingat semakin menjamurnya usaha waralaba asing maupun lokal, sehingga apabila tidak dikelola dengan serius secara efektif dan efisien, bukan tidak mungkin apabila kelak waralaba yang telah dibangunnya akan gagal di tengah jalan. Sedangkan bagi penerima waralaba sendiri sangat penting untuk meneliti terlebih dahulu sebelum membeli produk waralaba yang

¹⁶ Nindy Fatikhnansa, *Bisnis Menguntungkan Dengan Modal 100.000an*, (Jakarta:Fest Publishing, 2008), hlm.8

¹⁷ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cet.XIV, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm.x

diincar. Sekalipun iklannya menarik dan promosinya gencar, hal itu belum cukup untuk memberikan indikasi bahwa waralaba itu akan menguntungkan dikemudian hari. Di sinilah arti penting dari analisis SWOT sebagai alat ukur untuk mempermudah wirausahawan dalam menyusun strategi bisnis yang akan disusunnya maka resiko kerugian yang akan diterima juga akan semakin minim.

Saat ini apotek K-24 telah mengalami peningkatan gerai tercatat sampai akhir tahun 2014 saat ini sudah lebih dari 300 Gerai yang tersebar di wilayah Indonesia, yang menjadi salah satu sasaran pertumbuhan apotek k-24 adalah wilayah Kabupaten Banyumas. Wilayah Kabupaten Banyumas merupakan salah satu wilayah yang menjadi sasaran tumbuh kembangnya bisnis waralaba, di seluruh pelosok wilayah Kabupaten Banyumas telah tumbuh berbagai jenis bisnis waralaba, baik waralaba lokal maupun luar. Salah satu pendukung pesatnya pertumbuhan waralaba di Kabupaten Banyumas adalah wilayah tersebut sedang berkembang, akibat dari pengaruh luar yang masuk ke dalam wilayah tersebut secara tidak langsung berpengaruh terhadap perkembangan pola pikir masyarakat yang lebih menyukai hal-hal yang bersifat praktis. Salah satunya, Bisnis waralaba di Kabupaten Banyumas yang sudah mulai terlihat pergerakannya. Hal ini dapat dilihat beberapa sudut kota, mulai dari bisnis fashion, biro perjalanan, kuliner (makanan dan minuman), Apotek dan lain sebagainya.¹⁸

Pendirian Apotek baik secara individu atau waralaba di wilayah Kabupaten Banyumas cukup banyak. Selain itu, dengan dihapusnya peraturan pemerintah dalam hal jarak berdirinya apotek yang dahulunya minimal 500 meter apotek satu

¹⁸Anonymous, "Bisnis Franchise Waralaba di Purwokerto Banyumas" <http://www.klikbanyumas.com> diakses 28 Januari 2015, pukul 12.00 WIB.

ke apotek lainnya, hal ini memudahkan pengusaha yang ingin mendirikan usahanya berbisnis Apotek. dapat dikatakan bahwa Analisis SWOT sangatlah dibutuhkan dalam manajemen perusahaan antara lain sebagai dasar perencanaan dan pelaksanaan strategi bisnis dalam perusahaan. Motivasi untuk melakukan penelitian ini mengenai analisis SWOT karena adanya perubahan lingkungan dunia usaha yang dinamis.

Karena luasnya pembahasan dan keterbatasan penyusun, maka penyusun batasi dalam penelitian yang berjudul Manajemen Kemitraan Waralaba Sektor Farmasi di Apotek K-24 Kabupaten Banyumas. Dari serangkaian yang dipaparkan di atas, maka penyusun tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Manajemen Kemitraan Waralaba Sektor Farmasi Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Apotek K-24 Kabupaten Banyumas)”.

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari timbulnya salah pengertian dalam memahami permasalahan dalam penelitian yang berjudul “Manajemen Kemitraan Waralaba Sektor Farmasi Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Apotek K-24 Kabupaten Banyumas)” dan untuk memperjelas istilah-istilah kunci dalam skripsi ini, penyusun akan memberi batasan istilah-istilah yang terkandung dalam judul tersebut sebagai berikut :

1) Manajemen Kemitraan

Manajemen adalah seni memimpin terhadap sebuah proses menggapai tujuan yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian sampai pada akhir yang kemudian terjadi pengevaluasian melalui

orang lain. Manajemen merupakan proses spiral tanpa berhenti pada tahap evaluasi saja namun, terus-menerus tanpa henti hingga dapat dikatakan sampai tercapainya apa yang menjadi tujuannya.¹⁹

Kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dan atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah dan atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.²⁰

Manajemen Kemitraan merupakan sebuah proses menggapai tujuan bersama dalam menjalin kerjasama antara dua pihak dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

2) Waralaba

Waralaba merupakan suatu metode pendistribusian barang dan jasa kepada masyarakat konsumen, yang dijual kepada pihak lain yang berminat. Pemilik dari metode ini disebut *franchisor*, sedangkan pembeli yang berhak menggunakan metode disebut *franchisee*.²¹

3) Sektor Farmasi

Sektor adalah Lingkungan suatu usaha. sedangkan Farmasi adalah Cara dan Teknologi pembuatan Obat serta cara penyimpanan, penyediaan, dan penyaluarnya.²² Sektor Farmasi merupakan Lingkungan suatu usaha yang

¹⁹ Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen dalam Perspektif Islam* (Cilacap: El Bayan, 2012), hlm.5.

²⁰ Anonymous, "PP Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan Pasal 1 No.1" http://www.depkop.go.id/phocadownload/regulasi/pp/UKM03PP_1997_44_kemitraan.pdf diakses 10 September 2014.

²¹ M.Muchtar, Rivai., "Pengaturan waralaba Di Indonesia: Perspektif Hukum Bisnis", *Jurnal Liquidity*: Vol.1,No.2, Juli-Desember 2012: 159-166. hlm.1.

²² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm.922

bergerak pada Obat-obatan dari cara penyimpanan, penyediaan, dan penyaluarnya.

4) Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan sekumpulan dasar-dasar umum ekonomi yang disimpulkan dari Al Qur'an dan Hadits merupakan bangunan perekonomian yang didirikan atas landasan dasar-dasar tersebut dengan lingkungan dan masanya. Dari pengertian diatas, dapat dijelaskan bahwa kajian dan pembahasan ekonomi islam berdimensi kerakyatan dengan sistem yang dibangun merupakan representasi dari ajaran dan nilai-nilai islam. Adapun kepentingan atau tujuan dari sistem ekonomi islam merupakan bentuk 'ijtihad' dari penerjemahan ajaran agama (*maqasid syari'ah*) pada wilayah normatif agar dapat dipraktekkan menjadi sistem yang aplikatif pada wilayah sosial (kerakyatan).²³

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah :

1. Bagaimana Apotek K-24 dalam menerapkan manajemen kemitraan perspektif Ekonomi Islam?
2. Bagaimana alternatif rencana dan strategi yang tepat untuk diaplikasikan pada Apotek K-24 melalui pendekatan analisis SWOT?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

²³ Ahmad Dahlan, *Pengantar Ekonomi Islam* (Purwokerto:STAIN Press, 2009), hlm. 41-42.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui penerapan manajemen kemitraan di Apotek K-24
- b. Untuk memaparkan alternatif rencana dan strategi bisnis yang tepat untuk diaplikasikan pada Apotek K-24 melalui pendekatan analisis SWOT?

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara akademis adalah untuk menambah khazanah pengetahuan dibidang ekonomi, khususnya ekonomi kontemporer seperti waralaba.
- b. Secara praktisi bisnis waralaba ini, diharapkan mendapatkan pengetahuan lebih mendalam mengenai manajemen kemitraan waralaba sektor farmasi dalam penerapannya.
- c. Bagi masyarakat luas, diharapkan skripsi ini dapat menjadi salah satu referensi bagi siapapun yang ingin mengetahui konsep Manajemen Kemitraan Waralaba Sektor Farmasi.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan telaah tentang teori-teori yang diperoleh dari pustaka-pustaka yang berkaitan dan mendukung penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu pada bagian ini akan dikemukakan beberapa teori dan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan teori kemitraan dari Mohammad Jafar Hafsah (1999) berpendapat bahwa kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling

membesarkan.²⁴ Stephen M.Dent (2006), memperkenalkan teori *Partnership Relationship Management*, dimana dikatakan bahwa *A partnership is where two or more people need to work together to accomplish a goal while building trust and a mutually beneficial relationship. This means the partnership is voluntarily agreed upon, built on the desire to have trust, and based on agreed-upon mutual benefits*. Kemitraan adalah di mana ada dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk mencapai tujuan dengan membangun kepercayaan dan hubungan yang saling menguntungkan. Ini berarti kemitraan disetujui dengan sukarela, dibangun di atas keinginan untuk memiliki kepercayaan, dan berdasarkan kesepakatan saling menguntungkan.²⁵

Menurut Lan Lion dalam Eko dan Hakim (2004), kemitraan adalah suatu sikap menjalankan bisnis yang diberi ciri dengan hubungan jangka panjang, suatu kerjasama bertingkat tinggi, saling percaya, dimana pemasok dan pelanggan berniaga satu sama lain untuk mencapai tujuan bisnis bersama.²⁶

Dalam Islam, kegiatan usaha yang berkaitan dengan perikatan atau kerjasama antara dua orang atau lebih, termasuk dalam pola Musyarakah. Menurut An-Nabhani (1990) dalam Burhanuddin dalam bukunya Hukum Kontrak Syariah, *syirkah* adalah suatu akad antara dua pihak atau lebih, yang keduanya bersepakat untuk melakukan suatu usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan.

²⁴ Mohammad Jafar Hafshah, *Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategi* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1999), hlm.43

²⁵ Stephen M.Dent, *“Partnership Relationship Management: Implementing a Plan for Success”* (Partnering Intelligence, White Paper : Partnership Continuum Inc, 2006), <http://www.partneringintelligence.com>, diakses pada 14 Oktober 2014, pukul 09.00 WIB.

²⁶ Eko Nurmianto, dan Hakim Nasution. “Perumusan Strategi Kemitraan Menggunakan Metode AHP dan SWOT (Studi kasus pada kemitraan PT.INKA dengan Industri Kecil Menengah di wilayah Karesidenan Madiun)” *Jurnal Teknik Industri*, 2004, Vol.6, No.1. <http://jurnalindustri.petra.ac.id>, diakses 10 September 2014, pukul 08.00 WIB.

Syirkah merupakan tindakan hukum diantara pihak yang melakukan kerjasama untuk menjalankan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan kesepakatan mereka. Dalam pasal 2618 KUH Perdata dinyatakan, bahwa yang dimaksud dengan persekutuan (*syirkah*) adalah persetujuan dengan mana dua orang atau lebih mengikatkan dirinya untuk memasukan sesuatu dalam persekutuan, dengan maksud untuk membagi sesuatu karenanya.²⁷

Sony Sumarsono dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Bisnis Waralaba*. Memberikan pendapatnya bahwa, Waralaba merupakan salah satu bentuk format bisnis di mana pihak pertama yang disebut *franchisor* memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut *franchisee* untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu mempergunakan merek, logo, dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh *franchisor*. Pemberian hak ini dituangkan dalam bentuk perjanjian waralaba (*franchise agreement*).²⁸

Adrian Sutedi dalam bukunya yang berjudul *Hukum Waralaba*. Memberikan pendapatnya bahwa, waralaba adalah suatu pengaturan bisnis di mana sebuah perusahaan (*franchisor*) memberi hak pada pihak independen (*franchisee*) untuk menjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan oleh *franchisor*. *Franchisor* dan *franchisee* tentunya berharap melalui kemitraan tersebut akan memperoleh keuntungan yang lebih besar dan risiko kegagalan yang minimal. *Franchisee* menggunakan nama, *goodwill*, produk dan jasa, prosedur pemasaran, keahlian, sistem prosedur operasional, serta fasilitas

²⁷ Burhanuddin, *Hukum Kontrak Syariah* (Yogyakarta: BPFE, 2009), hlm.102-103

²⁸ Sony Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba*, hlm. 92-93.

penunjang dari *franchisor*. Sebagai imbalannya, *franchisee* membayar *initial fee* dan *royalty* (biaya pelayanan manajemen) pada *franchisor* seperti yang diatur dalam perjanjian waralaba.²⁹

Kemudian, selain mengambil dari buku-buku referensi di atas, penyusun juga melakukan penelaahan terhadap penelitian-penelitian yang sudah ada.

Tabel 1 Kajian Pustaka

No	Nama dan Judul Skripsi	Perbedaan	Persamaan	Hasil Penelitian
1	Angga Aryo Wiwaha, " <i>Strategi Subsidi Silang Di Kemitraan Peternak Ayam Pedaging Perspektif Ekonomi Islam</i> " (Studi Di Ayam Pedaging Mitra Makmur Abadi Unit Purwokerto)" Purwokerto 2008	-Objek penelitian; strategi subsidi silang -Subjek Penelitian; Kemitraan Peternak Ayam pedaging	-Pembahasan tentang kemitraan -Metopen; Deskriptif Kualitatif	Strategi Subsidi Silang Di MMA Adalah Halal Serta Sesuai Dengan Ekonomi Islam, Khususnya Musyarakah 'Inan Dalam Pola Kemitraan, Serta Konsep Takaful Dalam Hal Manajemen Risiko Dengan Pola Subsidi Silang Hasil Analisis SWOT Memunculkan Kombinasi Strategi Yang Merupakan Kombinasi Faktor Eksternal Dan Faktor Internal. Kombinasi Strategi Tersebut Mengerucut Pada Strategi Subsidi Silang Antar Plasma, Yaitu Internalisasi Peran Peternak Plasma Sebagai

²⁹ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba Cet.Pertama* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008) hlm.v.

				Bagian Terintegrasi Dalam Manajemen Risiko MMA, Melalui Pola Penyisihan Pendapatan Dengan Sistem Tabungan, Di Mana Dana Tersebut Dimanfaatkan Sebagai Cadangan Risiko Operasional Budidaya Ternak Ayam Pedaging
2	Ulfa Treni Juliana dengan judul “Analisis sistem Waralaba dilihat Dari Transaksi Bisnis Syariah (Studi Kasus Bakmi Langgara Cabang Rawamangun)” Jakarta 2009	-Objek penelitian; analisis sistem waralaba dari transaksi bisnis syariah -Subjek Penelitian; Bakmi Langgara Cabang Rawamangun	-Pembahasan tentang waralaba -Metopen; Deskriptif Kualitatif	Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa sistem yang diterapkan oleh Bakmi Langgara sudah sesuai dengan prinsip Islam, dalam hal bahan baku, sumber daya manusia, manajemen, dan kontrak kerjasama.
3	Annisa Dyah Utami dengan judul, “Konsep Franchise Fee dan Royalty fee pada waralaba Bakmi Tebet Menurut Prinsip syariah”	-Objek penelitian; Konsep Franchise fee dan Royalty fee -Subjek Penelitian;	-Pembahasan tentang waralaba	Tidak bertentangan dengan konsep musyarakah secara islami. Berdasarkan angket di ambil kesimpulan bahwa besarnya franchise fee yang ditetapkan manajemen bakmi tebet pada setiap cabangnya tidak sama satu sama lain

	Jakarta 2010	bakmi tebet -Metopen; Deskriptif Kualitatif Kuantitatif		bergantung pada biaya yang dibutuhkan untuk membuka suatu cabang.
4	Titik Yayuk Wijayanti dengan judul, " <i>Penerapan sistem Royalty pada bisnis waralaba perspektif ekonomi islam (Studi pada bisnis waralaba warung Makan Bebek Goreng H.Slamet Salsabila Grup Purwokerto)</i> " Purwokerto 2012.	-Objek penelitian; Penerapan Sistem Royalty fee -Subjek Penelitian; warung makan bebek goreng H.Slamet Salsabila Grup Purwokerto	-Pembahasan tentang waralaba -Metopen; Deskriptif Kualitatif	Pelaksanaan bisnis waralaba merupakan pengembangan dari pola musyarakah 'inan dan penerapan sistem royalti yang dilakukan sudah sesuai dengan prinsip ekonomi islam. Berdasarkan hasil analisis SWOT memunculkan strategi pengembangan sistem bisnis dimana di dalamnya Pak H.Slamet menetapkan seluruh elemen dalam sistem bisnis waralaba yang didalamnya mencakup, manajemen produksi, keuangan, periklanan, persediaan dan manajemen sumber daya Manusia.

5	Maratussolihah, <i>Manajemen Syrikah Bidang Pertanian” (Studi Kasus Pada Gabungan Kelompok Tani Bumimakmur Kawunganten Cilacap)” Purwokerto 2012</i>	-Objek penelitian; Manajemen Syrikah bidang pertanian -Subjek Penelitian; <i>Gabungan Kelompok Tani Bumimakmur Kawunganten Cilacap</i>	-Pembahasan tentang kemitraan -Metopen; Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian usaha pertanian yang dijalankan oleh gapoktan bumi makmur Kawunganten Cilacap merupakan usaha yang halal, kerjasama gapoktan bumi makmur Kawunganten Cilacap juga menyerupai pola syirkah dengan memenuhi asas-asas dalam syirkah seperti asaa kebebsasan, asas kerelaan, dan asas kesamaan. Sistem bagi hasil dalam gapoktan bumi makmur sebagian besar sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syirkah, seperti prinsip keadilan, kejujuran, dan keseimbangan.
---	--	---	---	---

F. Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi pada halaman terdiri dari halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, motto, kata pengantar, pedoman transliterasi, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan abstrak skripsi. Pada bagian selanjutnya dibahas per bab yang terdiri dari lima bab, yakni :

Bab pertama berisi tentang pendahuluan. Pada bab pendahuluan akan dibahas mengenai latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penyusunan skripsi.

Bab kedua, membahas tinjauan umum tentang teori-teori yang berhubungan dengan konsep manajemen, konsep kemitraan, waralaba, serta pembahasan tentang mekanisme kemitraan waralaba, dan kemitraan dalam sistem ekonomi Islam.

Bab ketiga membahas mengenai metode penelitian. Dalam bab ini akan dibahas mengenai alur pemikiran penelitian, jenis penelitian, sumber data, Metode pengumpulan data, dan analisis data. Metode dan alat penilaian yang digunakan penyusunan untuk penelitian dan meringkas hasil penelitian.

Bab keempat hasil dan pembahasan. Dalam bab ini akan diuraikan tentang gambaran singkat perusahaan dan narasumber yang menjadi objek penelitian, dan secara sistematis kemudian dianalisis dengan menggunakan metode penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya.

Bab kelima merupakan bab penutup yang mencakup kesimpulan dari pembahasan, saran-saran, serta kata penutup yang sebagai akhir dari pembahasan.

Pada bagian akhir penyusunan skripsi, disertai dengan daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dapat penyusun simpulkan sebagai berikut:

1. Manajemen Kemitraan waralaba yang dilakukan oleh Apotek K-24 yang ada di wilayah Kabupaten Banyumas dengan pemilik waralaba Apotek K-24 telah melaksanakan proses manajemen dengan baik dan sesuai Standar Operasional Prosedur K-24. Dari kegiatan perencanaan pra-operasional apotek K-24 yang dilakukan sangat kompleks dan sesuai perijinan pendirian apotek. Kelengkapan tenaga kesehatan dan bantuan tenaga lainnya semuanya ada. Sebelum melakukan operasional apotek K-24, mitra dan karyawan mengikuti pelatihan awal di Academy K-24. Dalam melayani pengelolaan apotek Di Apotek K-24 purwokerto sendiri didampingi Apoteker. Sementara itu, pengelolaan non teknis farmasi meliputi semua pencatatan administrasi, keuangan, personalia, dan arus barang dilakukan sesuai pencatatan. Jika terjadi permasalahan akan dilakukan musyawarah internal terlebih dahulu dengan area manajer. Aspek kemitraan usaha yang dijalankan berdasarkan perspektif ekonomi Islam, bentuk operasionalnya serupa dengan bentuk *syirkah abdan*. dalam hal ini apotek K-24 memberikan kontribusi berupa keahlian yang dimiliki dan hal lain sesuai kesepakatan. Di sisi lain, kontribusi mitra K-24 berupa penyerahan biaya-biaya waralaba awal serta biaya bulanan 1,5 % (*royalty* dan jasa manajemen operasional) dan mitra terlibat partisipasi dalam supervisi operasional usaha. Bukan hanya menjadi investor semata. Di sisi lain, pemilik waralaba memberikan pemberian izin menggunakan sistem bisnisnya, bantuan manajemen, teknis, promosi dan lain-lain kepada mitranya.

2. Dari alternatif rencana dan strategi yang tepat untuk diaplikasikan pada Apotek K-24 melalui pendekatan analisis SWOT, diantaranya:
 - a. Memaksimalkan strategi yang telah dijalankan ‘5 jaminan pasti’ yang ditawarkan Apotek K-24 agar lebih optimal
 - b. Mengoptimalkan jalinan hubungan mitra K-24 yang telah ada ataupun yang baru.
 - c. Memaksimalkan setiap Kekuatan dan peluang yang ada di tengah beragam kelemahan dan tantangan yang dihadapi melalui strategi SO, WO, ST dan WT

B. Saran

Saran yang dapat dilakukan untuk mengembangkan pengelolaan usaha Apotek K-24 adalah:

1. Melakukan promosi secara berkala di area sekitar apotek dengan melakukan pengobatan gratis pada hari-hari besar tertentu. Atau memberikan diskon khusus pada produk tertentu.
2. Dalam memberikan pelayanan informasi obat-obatan/ pelayanan kesehatan mengutamakan etika profesi apoteker, maka dari itu pelayanan prima yang sudah dilakukan dipertahankan dan ditingkatkan agar kenyamanan dan kesetiaan konsumen tetap terjalin.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1992. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, Fathul Aminudin. 2012. *Manajemen dalam Perspektif Islam*. Cilacap: El Bayan.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Burhanudin. 2009. *Hukum Kontrak Syariah*. Yogyakarta:BPFE.
- Chaudhry, Muhammad Sharif. 2012. *Sistem Ekonomi Islam ;Prinsip Dasar*. Jakarta: Kencana.
- Dahlan, Ahmad. 2009. *Pengantar Ekonomi Islam*. Purwokerto: STAIN Press.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2004. *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Surabaya: Lembaga Percetakan Al-Qur'an Departemen Agama RI
- Departemen Pendidikan Nasional, 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fuad, M., dkk. 2006. *Pengantar Bisnis Edisi Kelima*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hafsah, Mohammad Jafar. 1999. *Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategi*. Jakarta: Pustaka Harapan.
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Prastowo, Andi. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Cet.XIV*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai , Veithzal., dkk,. 2012. *Islamic Business and Economic Ethic Mengacu Pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sudjana, Nana. 2004. *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Remaja Rosda Bumi.
- Sugiono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sumarsono, Sonny. 2009. *Manajemen Bisnis Waralaba*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Surakhmad, Winarno. 1994. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Tarst.
- Sutedi, Adrian. 2008. *Hukum Waralaba Cet.Pertama*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tisna dan Saefullah, 2009.*Pengantar Manajemen cet.pertama*. Jakarta: Kencana.
- Tjipto, Fandy. 2005. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

Non Buku

- Anonymous, 'Peranan Asuransi Dalam Upaya Mengembangkan Kemitraan Usaha Agrobisnis Di Indonesia'. Hlm.3
- Anonymous, "Bisnis Franchise Waralaba di Purwokerto Banyumas" <http://www.klikbanyumas.com> diakses 28 Januari 2015, pukul 12.00 WIB.
- Anonymous, "Pola Kemitraan" [http:// slideshare.net/pola-kemitraan](http://slideshare.net/pola-kemitraan), diakses 28 Januari 2015, pukul. 10.35 WIB.
- Anonymous, "UU Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil" <http://www.jakarta.go.id/produk-hukum/>, diakses 10 September 2014, pukul 10.00 WIB.
- Apotek k-24, "Apotek K-24 Raih Penghargaan Gold Champion of Indonesia WOW Brand Award 2014" <http://www.apotek-k24.com>, diakses 10 September 2014, pukul 10.00 WIB.
- Apotek K-24, "Penghargaan" <http://Apotek K-24.com>, diakses 28 November 2014, pukul 09.00 WIB.
- Nurmianto, Eko dan Hakim Nasution. "Perumusan Strategi Kemitraan Menggunakan Metode AHP dan SWOT (Studi kasus pada kemitraan PT.INKA dengan Industri Kecil Menengah di wilayah Karesidenan Madiun)" *Jurnal Teknik Industri*, 2004, Vol.6, No.1. <http://jurnalindustri.petra.ac.id>, diakses 10 September 2014, pukul 08.00 WIB.
- Kuniardi, Fajar. 2012. "Pengaruh Kompensasi dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan di Apotek Berkah", Bandung: Universitas Widyatama.
- Welirang, Franciscus. "Pola-pola Kemitraan dalam Pengembangan Usaha Ekonomi Skala Kecil, Menengah dan Besar", <http://slideshare.net/franciscuswelirang>, diakses 28 Januari 2015 pukul 10.30 WIB.
- Galih, "Apotek; bisnis basah di samudra biru", <http://bisnisfarmasi.wordpress.com>, diakses 09 September 2014, pukul 10.00 WIB.

- Kementrian koperasi dan UKM. “PP Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan”
<http://www.depkop.go.id/regulasi/>, diakses 10 September 2014, pukul 08.00 WIB.
- Rivai, M.Muchtar, “Pengaturan waralaba Di Indonesia: Perspektif Hukum Bisnis” ,
Jurnal Liquidity: Vol.1,No.2, Juli-Desember 2012, <http://undana.ac.id/JURNAL>., diakses pada tanggal 14 Oktober 2014 pukul 10.00 WIB.
- Kamil, Mustofa. “Strategi Kemitraan dalam Membangun PNF Melalui Pemberdayaan Masyarakat” <http://file.upi.edu/>, diakses pada 14 Oktober 2014, pukul 08.00 WIB.
- Nelly Pinangkaan, “Franchise” Jurnal: Bidang ilmu Hukum, vol..Xix No.3. April-Juni 2011, <http://repo.unsrat.ac.id/>, diakses pada tanggal 14 Oktober 2014 pukul10.00 WIB.
- Purnaningsih,N., “Strategi Kemitraan Agribisnis Berkelanjutan”, Solidality : Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia , vol.1, No.1. 2007, <http://journal.ipb.ac.id/>, diakses pada tanggal 14 Oktober 2014 pukul 10.00 WIB
- Stephen M.Dent, “*Partnership Relationship Management: Implementing a Plan for Succes*” (Partnering Intelligence, White Paper : Partnership Continuum Inc, 2006), <http://www.partneringintelligence.com>, diakses pada 14 Oktober 2014, pukul 09.00 WIB.
- Widiastuti, Zehan. “Perkembangan Waralaba Di indonesia”
<http://zehanwidiastuti.wordpress.com>, diakses 09 September 2014, pukul 20.10 WIB.
- Fitriani, Dewi Irma. 2009. “Strategi Pengembangan Bisnis Waralaba Lembaga Pendidikan Primagama”. Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah.

Lampiran - Lampiran



IAIN PURWOKERTO

Matrik EFAS dan IFAS

- ❖ Cara menyusun dan menghitung nilai bobot, ranting, dan skor untuk tabel eksternal dan internal dengan teknik skala sebagai berikut :

a) Bobot nilai

- 1,00 = sangat penting
- 0,75 = penting
- 0,50 = standar
- 0,25 = tidak penting
- 0,10 = sangat tidak penting

b) Rating nilai

- 5 = sangat baik
- 4 = baik
- 3 = netral (standar)
- 2 = tidak baik
- 1 = sangat tidak baik

c) Skor nilai

Untuk skor nilai dihitung dengan mempergunakan formula sebagai berikut:

$$SN = BN \times RN$$

Keterangan :

SN = Skor Nilai

BN = Bobot Nilai

RN = Rating Nilai

- ❖ Kesimpulan yang bisa diambil dan layak diterapkan oleh suatu perusahaan, yaitu;
 1. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika *Strength* (Kekuatan) adalah lebih besar dari *Weakness* (Kelemahan), dan begitu pula sebaliknya.
 2. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika *Opportunities* (Peluang) lebih besar dari *Threats* (Ancaman), dan begitu pula sebaliknya.

**Tabel Analisis SWOT untuk Faktor Internal
pada 'Bisnis Waralaba APOTEK K-24'**

Uraian	Bobot	Rating	Skor
I. STRENGTH (Kekuatan)			
1) Bisnis waralaba tidak mengenal diskriminasi. Franchisor dalam menyeleksi calon mitra usahanya berpedoman pada keuntungan bersama, tidak berdasarkan SARA.	0,85	5	4,25
2) Pihak yang terkait dalam waralaba sifatnya berdiri sendiri. Franchisee berada dalam posisi independen terhadap franchisor.	0,78	5	3,9
3) Bisnis waralaba apotek merupakan bisnis bagus dan tahan krisis.	0,80	5	4
4) Merek waralaba 'Apotek K-24' sudah terdaftar di HAKI.	0,90	5	4,5
5) Waralaba apotek terbaik, Apotek K-24 memiliki Brand yang kuat dan sudah dikenal	0,90	5	4,5
6) Royalty fee ringan 1,2 %	0,80	5	4
7) Memiliki konsep bisnis khas yang prima, 5 jam jaminan Pasti Apotek K-24 : buka 24 jam, 100% Obat asli, Harga Sama pagi siang malam –hari libur, konsultasi apoteker gratis, layanan antar.	0,85	5	4,25
8) Menyediakan unit jasa pelayanan kesehatan lain seperti pengecekan (gula darah, kolesterol, asam urat dll)	0,90	5	4,5
9) Mendapat dukungan bisnis dari pewaralaba on going support.	0,80	5	4
10) Standar manajemen farmasi sesuai standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas, baik dari	0,85	5	4

segi pelayanan, pengkajian produk, kebersihan gerai dll.			
11) Sistem SDM unggul dengan adanya Akademi K-24: pusat pelatihan SDM terpadu.	0,90	5	4,5
Jumlah	9,33	55	46,4
II. WEAKNESS (Kelemahan)			
1) Franchisee terikat pada aturan dan perjanjian dengan franchisor sesuai dengan kontrak yang disepakati bersama. Memungkinkan dapat berisi beberapa pembatasan terhadap bisnis yang diwaralabakan.	0,74	4	2,96
2) Adanya penekanan Kontrol, artinya kontrol tersebut akan mengatur kualitas jasa dan produk yang akan diberikan kepada masyarakat mealalui franchisee	0,70	3	2,1
3) Franchisee harus membayar franchisor untuk jasa-jasa yang didapatkannya dalam penggunaan merek dan sistem.	0,80	5	4
4) Modal sepenuhnya berasal dari franchisee	0,75	3	2,25
5) Meski Usahanya dapat berkembang cepat, tetapi dengan menggunakan modal dan motivasi dari franchisee.	0,76	4	3,04
6) Buka 24/365 hari nonstop, Keamanan di setiap gerai diperlukan penjagaan ekstras.	0,78	5	3,9
Jumlah	4,53	24	18,25
Jumlah S+W	13,86	79	64,65

Berdasarkan data yang ada dapat disimpulkan bahwa *Strength* (Kekuatan) lebih besar dari *Weakness* (Kelemahan) yang berarti 'Waralaba Apotek K-24' merupakan bisnis yang bagus dan berkualitas.

**Tabel Analisis SWOT untuk Faktor Eksternal
pada “Bisnis waralaba APOTEK K-24”**

Uraian	Bobot	Ranting	Skor
III. OPPORTUNITIES (Peluang)			
1. Masyarakat saat ini mulai menggemari berbisnis secara instan seperti waralaba baik lokal maupun luar. Karena meminimalkan resiko gagal usaha. Lebih menghemat waktu, biaya dan tenaga.	0,80	5	4
2. Banyak dana dapat dihemat karena adanya promosi dan pelayanan bersama.	0,80	5	4
3. Apotek k-24 mendorong wirausaha dengan memberikan solusi menjadi ‘Pengusaha Apotek tanpa latar belakang farmasi’.	0,83	4	3
4. Meningkatkan Pendapatan mitra apotek k-24	0,80	4	3,2
5. Meningkatkan Perolehan nilai tambah bagi pelaku kemitraan.	0,85	5	4,25
6. Apotek buka 24jam dengan harga sama pagi siang malam hari libur, belum terlalu banyak	0,80	5	4
7. Dengan sistem waralaba apotek k-24 akan lebih cepat berkembang dalam perluasan usahanya untuk mendirikan gerai baru.	0,80	4	3,2
8. Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi wilayah tertentu	0,80	5	4
9. Memperluas lapangan pekerjaan	0,85	5	4
10. Besarnya pasar domestik yang memberikan peluang bagi bisnis waralaba lokal untuk berkembang. Selama ini peluang pasar domestik lebih banyak dimanfaatkan oleh waralaba asing.	0,80	4	3,2
11. Pemerintah memberikan dukungan pada waralaba lokal untuk berkembang, sehingga	0,86	4	3,44

dapat Meningkatkan Pemerataan dan Pemberdayaan masyarakat usaha kecil dengan usaha besar melalui kemitraan waralaba			
12. Upaya membantu program pemerintah dalam memerangi peredaran obat palsu yang kian marak di pasaran.	0,88	5	4,4
13. Konsumen dimudahkan mendapatkan obat kapanpun dan harga tetap sama	0,87	5	4,35
14. Layanan pesan antar dari k-24 bagi masyarakat yang membutuhkan obat namun tidak dapat datang ke apotek k-24.	0,90	5	4,5
Jumlah	11,64	60	49,04
IV. THREATS (Ancaman)			
1. Pencitraan baik/buruk mempengaruhi satu sama lain. Reputasi dan citra merek dari bisnis yang diwaralabakan mungkin menjadi turun citranya karena alasan –alasan di luar kontrol franchisor.	0,85	1	0,85
2. Dapat menghancurkan reputasi franchisor jika franchisee yang dipilih ternyata tidak tepat	0,84	2	1,68
3. Kemungkinan kerjasama dan kualitas dukungan franchisor yang tidak konsisten sesuai kontrak kerjasama.	0,75	1	0,75
4. Ketergantungan yang besar kepada franchisor sehingga menjadi kurang mandiri.	0,80	1	0,8
5. Terjadi Persaingan usaha waralaba lokal dengan waralaba asing	0,80	3	0,8
6. Pesaing sesama Pengusaha Apotek lainnya untuk mempercepat pertumbuhan dan berkembang mulai di waralabakan	0,70	3	2,1
7. Maraknya promosi dan peningkatan pelayanan	0,75	3	2,25

yang dilakukan para pesaingnya.			
8. Maraknya peredaran obat palsu, sehingga Konsumen semakin selektif terhadap keaslian obat.	0,78	1	0,78
Jumlah	6,27	15	10,01
Jumlah (O+T)	17,91	75	69,06

Dapat disimpulkan bahwa *Opportunities* (Peluang) lebih besar dari *Threats* (Ancaman) yang berarti 'Bisnis Waralaba Apotek K-24' merupakan bisnis yang bagus dan baik.

Dari tabel EFAS dan IFAS dapat disimpulkan Bisnis waralaba Apotek K-24 suatu bisnis yang berkualitas dan memiliki peluang untuk para investor / franchisee yang ingin bergabung.



HASIL ALAT PENGUMPULAN DATA PENELITIAN
MANAJEMEN KEMIRAAN BISNIS WARALABA
APOTEK K-24

Di bawah ini adalah hasil spesifikasi alat pengumpulan data dari beberapa bahan yang di dapatkan penulis, serta kumpulan jawaban pertanyaan yang didapatkan untuk memenuhi kelengkapan sebagai bukti validasi data. Hasil penelitian tersebut, yaitu:

1. Pedoman Wawancara.

- a. Wawancara dengan pihak Apotek K-24, yaitu Grace Amelia Senggu (Head legal contract) dari PT.K-24 Yogyakarta

No	Pedoman Wawancara	Hasil Ringkasan Jawaban
1	Bagaimana Latar belakang berdirinya Apotek K-24	<p>Latar belakang didirikannya Apotek K-24 adalah berawal dari keperihatinan seorang dr. Gideon Hartono melihat kesulitan masyarakat dalam mencari obat di malam hari. Sekalipun ada toko obat ataupun apotek yang menjual obat di malam hari, harga obatnya tidak sama dengan harga obat di siang hari. Harga obat di malam hari cenderung lebih mahal. Dari sanalah tercetus sebuah ide di benak dr. Gideon untuk mendirikan usaha apotek yang dapat membantu masyarakat kapan pun mereka membutuhkan. Waktu itu terlintas di pikiran dr. Gideon untuk membuka sebuah apotek dengan tiga gagasan utama yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apotek yang buka selama 24 jam dan relatif komplit, 2. Pagi, siang, sore, malam, maupun hari libur harga tetap sama, dan 3. Keaslian obat terjamin <p>Berdasarkan ide tersebut, maka pada 24 Oktober 2002 didirikanlah Apotek K-24 pertama di Jalan Magelang, Yogyakarta. Kemudian pada tahun 2005 Apotek K-24 mulai diwaralabakan.</p>
2	Data identitas perusahaan?	<p>Merek Dagang : Apotek K-24</p> <p>nama perusahaan : PT.K24 Indonesia</p> <p>Bidang usaha : Farmasi / Apotek</p>

		<p>Pendiri : Dr.Gideon Hartono</p> <p>Berdiri : Tahun 2002 , diwaralabakan tahun 2005</p>
3	Apa visi dan misi apotek K-24	<p>Visi : - Menjadi pemimpin pasar bisnis apotek di Negara Republik Indonesia, melalui apotek jaringan waralaba yang menyediakan ragam obat yang komplit, buka 24 jam termasuk hari libur yang tersebar di seluruh Indonesia.</p> <p>- Menjadi merek nasional kebanggaan bangsa Indonesia yang menjadi berkat dan bermanfaat bagi masyarakat, karyawan-karyawati, dan pemilik.</p> <p>Misi : - Menyediakan pilihan obat yang komplet, setiap saat, dengan harga sama pagi-siang-malam dan hari libur: Apotek K-24 melayani masyarakat selama 24 jam perhari 7 hari perminggu dengan memberlakukan kebijakan harga yang tetap sama pada pagi hari, siang hari, malam hari maupun hari libur</p> <p>- Menyediakan kualitas pelayanan yang prima: Apotek K-24 senantiasa mempelajari dan mengusahakan peningkatan kualitas pelayanan untuk memaksimalkan tingkat kepuasan para pelanggan dan penerima waralaba. - Menempatkan posisi Apotek K-24 di tengah tengah masyarakat dengan slogan baru "Sobat Sehat Kita-kita"</p>
4	Jenis HAKI untuk Apotek K-24?	<p>-Merek 'Apotek K-24' di kelas 35, untuk jenis Jasa Apotek / jasa Penjualan Obat-Obatan. Sebagaimana tercatat dalam sertifikat No.IDM 000386245 dengan tanggal Penerimaan 29 Januari 2013</p> <p>- Merek 'Apotek K-24' di kelas 44, untuk jenis jasa Pelayanan Kesehatan / medis, pemberian nasehat tentang farmasi, jasa pembuatan resep oleh ahli farmasi, sebagaimana tercatat dalam agenda No.J002011041429 tertanggal 18 Oktober 2011</p> <p>- Merek 'Apotek K-24' di kelas 45, untuk jenis jasa lisensi hak kekayaan intelektual, sebagaimana tercatat dalam sertifikat No.IDM 000403179 dengan tanggal penerimaan 19 september 2011</p>
5	Prestasi apotek k-24 sampai tahun	<p><i>Franchise Top of Mind (2010, 2013), Franchise Best Seller 2010 , Fastest Growing (2011,2014), The Best in Marketing Strategy Indonesia Franchisor of The Year 2011, TOP Brand (2011,2012,2013), Indonesia Original Brand</i></p>

	2014?	<i>(2011,2013), Indonesia Brand Champion 2012, As Potential Winner Indonesia Franchisor of The Year 2012, Jogja Marketeers Champion 2013, Coorporate Image Award 2013, Pioneer Brand Indonesia 2014, Market Leader 2014, Indonesia Most Reputable Healthcare Brand 2014, Gold Champion of Indonesia WOW Brand Award (2014, 2015)</i>
6	Manfaat yang diperoleh dalam format bisnis waralaba Apotek K-24 adalah :	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan Merek Apotek K-24 Dapat digunakan selama masa waralaba dan wilayah waralaba. • Proteksi Wilayah Waralaba Mendapat hak eksklusif menjalankan usaha Apotek K-24 di wilayah waralaba yang akan ditentukan dalam perjanjian waralaba. • Perekrutan Apoteker dan Asisten Apoteker Bila belum memiliki dan memerlukan bantuan maka akan dibantu dalam perekrutan apoteker dan asisten apoteker yang menjadi persyaratan dalam mengoperasikan bisnis apotek. • Pelatihan Awal Penerima waralaba dan staff mendapatkan pengetahuan tentang sistem waralaba Apotek K-24, operasional, strategi pemasaran, administrasi, dan manajemen umum lainnya. • Pendampingan Pra—operasional hingga pembukaan Mendapat tuntunan dan konsultasi dalam melaksanakan langkah-langkah pra-operasional seperti penentuan Apoteker, mengurus perijinan apotek,

		<p>renovasi bangunan, rekrutmen karyawan, pengadaan stok obat dan peralatan apotek hingga pembukaan gerai Apotek.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pemakaian <i>Franchise Operations Manual</i> (FOM) <p>Menerima satu paket pedoman operasional bisnis waralaba Apotek K-24. Manual operasi merupakan panduan yang komprehensif dan detail tentang bagaimana melakukan cara dan fungsi operasional bisnis <i>franchisor</i> menyangkut personalia, <i>marketing</i>, keuangan, kehumasan, <i>costumer service</i>, perawatan dan sebagainya. Penyimpangan terhadap manual operasional dapat menyebabkan <i>franchisee</i> kehilangan hak waralaba.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pemakaian sistem administrasi yang teruji <p>Pihak pemberi waralaba memberikan sistem administrasi yang teruji untuk setiap gerai yang telah dibuka.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supply Produk dan Perlengkapan • Mendapat jalur <i>supply</i> dengan harga bersaing, dari pewaralaba maupun dari <i>supplier</i> yang menjadi rekanaan pewaralaba. • Dukungan promosi bersama <p>Dukungan konsultasi operasional dan manajerial</p>
7	Bantuan apa saja yang diberikan	Dari pihak Pemberi waralaba K-24 membantu mitranya dalam pemilihan tempat, rencana bangunan, pembelian

	<p>pihak K-24 diawal perencanaan? Dan apa yang perlu disiapkan dalam pendirian Apotek?</p>	<p>peralatan, pemilihan karyawan, perijinan pendirian apotek, sistem IT, SOP apotek K-24.</p> <p>Dari mitra penerima waralaba yang telah diterima menyiapkan dana (biaya awal waralaba apotek K-24 dan jumlah biaya investasi yang berdasarkan di awal MoU), menyiapkan SIPA (Surat Izin Praktek Apoteker) persyaratan yang akan dilampirkan untuk pendirian apotek di Kab.Banyumas. mitra penerima waralaba diperbolehkan merekomendasi sendiri Apoteker atau meminta bantuan mencarikan Apoteker kepada Pemberi Waralaba.</p>
8	<p>Tenaga Kesehatan untuk Diawal dalam Pembuatan SIPA sebelum SIA?</p>	<p>Tenaga kesehatan ; Apoteker Pengelola apotek, Apoteker Pendamping, Asisten Apoteker,</p> <p>Di . Bantu dengan tenaga lainnya itu nanti; bagian Administrasi umum, Gudang, akunting, dan kasir</p>
9	<p>Kewajiban sebelum pembukaan gerai?</p>	<p>Mitra dan karyawan mengikuti pelatihan awal di Academy K-24 8-10hari</p> <p>Training berlanjut untuk apoteker sebulan sekali.</p>
10	<p>Bagaimana tahapan untuk mengambil waralaba Apotek K-24?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengisi Enquiry Form (Formulir Aplikasi) - Mengikuti presentasi waralaba Apotek K-24 - Menandatangani MOU - Menentukan lokasi gerai - Menandatangani perjanjian waralaba - Memulai langkah pra-operasional (akan dipandu oleh PT K-24 Indonesia sebagai pewaralaba) - Mengikuti pelatihan awal - Pembukaan Gerai

11	Berapa modal yang dibutuhkan untuk membuka satu gerai Apotek K-24, serta untuk apa sajakah biaya yang dikeluarkan tersebut?	<p>Modal awal berkisar mulai dari 600juta, tergantung dari daerah dan lokasi. Modal 600juta terdiri dari:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sewa bangunan (selama 2 tahun@35juta), - renovasi bangunan, - stok obat - papan nama - gerai eksterior, interior dan mebel, - sistem dan software IT, - modal kerja 3 bulan, - inventaris gerai (seperti sepeda motor, AC, genset, PABX, ATK, dll), - biaya pelatihan awal, serta perijinan, dan administrasi pembukaan apotek. - franchise fee (100 juta untuk 6 tahun Royalty pemakaian merek satu kali dibayarkan di awal),
12	Bagaimana untuk aturan luas bangunannya?	Luas bangunan 40s/d 60 m2, dengan lebar bangunan berkisar 4,5 meter.kalau ada sisa ruangan disarankan untuk praktek dokter.
13	Biaya yang perlu dibayarkan oleh penerima waralaba kepada PT K-24 Indonesia	<p>– Biaya Awal (biaya awal waralaba dan jasa manajemen pra operasional) sebesar Rp. 100 juta untuk masa waralaba 6 tahun; franchise fee dibayar dimuka + PPn 10%</p> <p>– biaya bulanan sebesar 1,5% dari omzet kotor per bulan; terdiri dari Royalty 0,3% dan biaya jasa manajemen operasional seperti dana promosi bersama 1,2%(mulai tahun</p>

	sebagai pewaralaba?	2012, sebelumnya royalti 1,2% dana promosi yang 0,3%)
14	Tata cara pembayaran untuk biaya bulanan?	Pembayaran ditransfer minimal sebelum tanggal 10, kalau melebihi kita denda 3%
15	Berapa lama usaha Apotek K-24 ini akan balik modal?	Jika target penjualan tahunan dan target margin tercapai, serta biaya operasional dapat dikendalikan, maka berdasarkan pengalaman kami, balik modal akan terjadi dalam +- 3 tahun. Ada juga apotek yang balik modal lebih cepat karena pertumbuhan yang sangat baik.
16	Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk membuka satu gerai Apotek K-24?	Rata-rata membutuhkan waktu +- 4 bulan setelah lokasi dipastikan
17	Adakah penambahan stok obat setelah beroperasi?	Perlu adanya penambahan stok obat setelah beroperasi, menyesuaikan kebutuhan pasar setempat
18	Berapakah jumlah karyawan	sekitar 9 karyawan di setiap apotek, bisa bertambah sejalan dengan pertumbuhan bisnis.

	<p>yang dibutuhkan untuk menjalankan 1 unit gerai?</p>	
<p>19</p>	<p>Bagaimaimana tahapan-tahapan mengambil waralaba apotek K-24?</p>	<p>Tahapan – tahapan menjadi apotek k-24</p>  <p>Keterangan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengajuan permohonan menjadi franchisee Apotek K-24 atau Mengisi form aplikasi dan Proses wawancara oleh Franchisor. 2. Jika telah lolos mengikuti presentasi waralaba apotek k-24 dan diberikan prospektus franchise Apotek K-24 3. Jika menyetujui, Penandatanganan MoU (perjanjian awal) dan pembayaran fee awal 100juta <p>Biaya awal yang dibayarkan</p>

	Kerjasama fee selama 6 tahun	100juta
	Manaj pra-operasional	60jt
	Biaya pelatihan awal	40jt
		_____ +
	Total modal awal+ Ppn 10%	110jt
	Menentukan lokasi, survey lokasi lalu proses survey: analisa demography & analisa interior-eksterior apotek k-24. Selanjutnya Proses persiapan design & setting interior-eksterior dan segala macam perlengkapan Pembayaran paket investasi mulai di deposit 600juta	
	Dana investasi	
	Paket investasi	600juta
	Sewa bangunan - renovasi	
	- stok obat awal	- papan nama gerai
	- eksterior interior	- mebel
	- sistem dan software IT	- modal kerja 3bulan
	- inventaris gerai	- Biaya pelatihan,awal
	Menandatangani perjanjian waralaba.	
	Memulai langkah pra-operasional (akan dipandu oleh Franchisor k-24)	

		<p>Mengikuti pelatihan awal</p> <p>Soft Opening acara syukuran</p> <p>Apotek siap beroperasi</p>
--	--	--

b. Serly Sulistiani Pemilik Apotek K-24 Cab.Pemuda;

Nama Cabang : K-24 Pemuda

Nama PSA : Serly sulistywati

Alamat : Jl.Pemuda No.27 Purwokerto Telp. 0281 631804/
635429

Berdiri Pada Tanggal : 7 Desember 2013

Pedoman Wawancara

1) Dari mana Bapak /Ibu mengetahui waralaba Apotek K-24?

Jawab : mengikuti Seminar Workshop waralaba

2) Kenapa anda memilih Apotek K-24 sebagai Bisnis waralaba bapak /ibu?

Jawab : Minat saya untuk berbisnis di waralaba pada farmasi/Apotek

3) Sudah berapa lama bapak/ibu bekerjasama dengan pihak PT.K-24? Apakah bapak merasa di rugikan selama bekerjasama dengan pihak PT.K-24, apa alasannya?

Jawab : Tidak ,1 th 4 bulan

4) Berapa jumlah franchise fee yang Bapak / ibu bayarkan untuk bergabung dengan waralaba Apotek K-24? Sistem pembyaran Franchise fee yang ibu bayarkan kepada franchisor?

Jawab : Franchise fee yang dibayarkan sekitar 80 juta satu kali dibayar secara tunai untuk jangka waktu 6th

5) Bagaimana tata cara pembayaran Royalty fee yang dibayarkan pada k-24 ? (minta bukti kwitansi masing outlet

Jawab : untuk pembayaran royalty fee 1,2 % omset Kotor/bulan dibayarkan tiap tanggal 10

c. Karyawan Asisten pendamping Apoteker

Nama Cabang : K-24 Pemuda

Nama PSA : Dean tari Karliana

Alamat : Jl.Pemuda No.27 Purwokerto Telp. 0281 631804/
635429

Wawancara
1) Berapa jumlah Karyawan Apotek K-24 di Cab.Pemuda? Jawab: 10 orang
1. Direktur/PSA : Serly Seilistyawati
2. Apoteker Pengelola Apotek (APA) : Tanti Ariyaningsih S.Farm.Apt
3. Apoteker Pendamping (APP) : Deantari Karliana S.Farm.Apt / fitria rahma S.Farm.Apt
4. Asisten Apoteker (AA)/Customer Service (CS) : Khusnul Khotimah (Lulusan SMK Farmasi)
5. Asisten Apoteker (AA)/Pembelian : Ifa(Lulusan SMK Farmasi)
6. Bagian Administrasi Umum : Bapak Yanto
7. Bagian Gudang : bapak.yanto
8. Bagian Akunting : Tio palupi (Lulusan SMK Farmasi)
9. Kasir : Dwi Idha (Lulusan SMK Farmasi)
10. Jumlah Karyawan : 10
2) Pembayaran gaji karyawan ? Dilakukan pada tanggal 24
3) Pelayanan di malam hari bagaimana? Apotek ditutup pukul 11 malam pelayanan dilakukan di Loker.

d. Ika noviana selaku Penanggung Jawab Apotek K-24 Cab.Sudirman.

Nama Cabang : K-24 Jend.Sudirman

Nama PSA : Stephanie Yuliana

Alamat : Jl.Jend.Sudirman No.259 Purwokerto Telp.0281 635
358

Berdiri Pada Tanggal : 3 April 2014

Pedoman Wawancara
1) Dari mana Bapak /Ibu mengetahui waralaba Apotek K-24? Jawab : Internet serta mengikuti pameran EXPO Waralaba di Jakarta
2) Kenapa anda memilih Apotek K-24 sebagai Bisnis waralaba bapak /ibu?

Jawab : Minat dan kesukaan berbisnis waralaba, saya juga ada bisnis waralaba minimarket

- 3) Sudah berapa lama bapak/ibu bekerjasama dengan pihak PT.K-24? Apakah bapak merasa di rugikan selama bekerjasama dengan pihak PT.K-24, apa alasannya?

Jawab :Tidak, baru 8 bulan

- 4) Berapa jumlah franchise fee yang Bapak / ibu bayarkan untuk bergabung dengan waralaba Apotek K-24? Sistem pembyaran Franchise fee yang ibu bayarkan kepada franchisor?

Jawab : Franchise fee yang dibayarkan sekitar 88 juta satu kali dibayar secara tunai untuk jangka waktu 6th

- 5) Bagaimana tata cara pembayaran Royalty fee yang dibayarkan pada k-24 ?

Jawab : untuk pembayaran royalty fee 1,2 % omset Kotor/bulan dibayarkan tiap tanggal 10

- 6) Berapa jumlah karyawan Apotek K-24 cab.Sudirman?

Jawab: Jumlah karyawan :10

1. Direktur/PSA : Stephanie Yuliana
2. Apoteker Pengelola Apotek (APA) : Ika Noviana S
3. Apoteker Pendamping (APP) : Riska Tahir, S.Farm.Apt
4. Asisten Apoteker (AA)/Customer Service (CS) : Desi Filda A (Lulusan SMK Farmasi)
5. Asisten Apoteker (AA)/Pembelian : Vika Oktiana (Lulusan SMK Farmasi)
6. Bagian Administrasi Umum : Tunggul Ciptadi (Lulusan D3)
7. Bagian Gudang : Sulistiono (Lulusan D3)
8. Bagian Akunting: Becti Dwi Kartikasari (Lulusan D3)
9. Kasir : Dian Rahma (Lulusan SMK)

- 7) Pelayanan di malam hari? Pada malam hari pelayanan ditutup pintu pada pukul 10 dan berlanjut di loket, konsumen masih bisa di layani tapi melalui loket tidak masuk ke apotek

DOKUMENTASI PENELITIAN

APOTEK K-24

Head of Legal Departement K-24
Grace Amelia Senggu, SH.

Pemilik Sarana Apotek (PSA)
Cab.Pemuda Ibu Serli Sulistyawati



Praktik Apoteker

K-24 Cab.sudirman

K-24 Cab.Pemuda

IAIN PURWOKERTO



Suasana Eksterior apotek K-24

Cab.Sudirman



Cab.Pemuda



Suasana Interior Apotek K-24
Cab.Pemuda



**Suasana Interior Apotek K-24
Sudirman**



Basic Medical Education (BME). Salah satu program pelatihan yang rutin setiap bulan untuk apoteker Apotek K-24

APOTEK PURWOKERTO



K-24 Academy: Pusat Pelatihan SDM terpadu



Prestasi Apotek K-24



Member card apotek K-24

Depan

Belakang

IAIN PURWOKERTO





"Apotek yang paling direkomendasikan"



Peraih penghargaan Gold Champion of Indonesia WOW Brand Award 2015

Category : Consumer Healthcare Product and Service
Sub category : Chain Pharmacy

Gold Award : Apotek K-24

Silver Award : Kimia Farma Apotek

Bronze Award : Century



Mari berwirausaha dengan membuka Apotek K-24

IAIN PURWOKERTO

- ✓ Apotek selalu dibutuhkan untuk kesehatan
- ✓ Obat termasuk kebutuhan primer setelah pangan
- ✓ Bisnis apotek tidak tergantung gaya hidup/mode/tren
- ✓ Apotek adalah bisnis yang penuh semangat melayani sesama



dari Medan sampai Merauke

Medan • Lampung • Palembang • Jakarta • Depok • Tangerang • Bekasi • Bogor • Bandung • Cirebon
Semarang • Yogyakarta • Solo • Malang • Surabaya • Sidoarjo • Gresik • Bali • Samarinda • Palangkaraya
Balikpapan • Makassar • Mataram • Kupang • Maumere • Rote • Jayapura • Merauke • dll

Terbukti Menguntungkan!



Mengapa memilih usaha WARALABA ?

Mengapa tidak membuka usaha sendiri ?

- Brand (merek) usaha sudah dikenal masyarakat
- Meminimalkan resiko gagal usaha
- Lebih menghemat waktu, biaya dan tenaga
- Dukungan promosi bersama (nasional)
- Mendapatkan dukungan (support) & panduan dari Pewartalaba

Mengapa Waralaba APOTEK K-24 ?

Prestasi tiada henti !

dr. Gideon Hartono
Direktur PT. K-24 Indonesia



Menerima:
- The Fastest Growing Franchise & Business Opportunity
- Franchise & Business Opportunity Pioneer Brand Indonesia 2014

dr. Gideon Hartono
Direktur PT. K-24 Indonesia



Menerima:
Penghargaan The Changer KR Award 2014

Burhan Bariton
Marketing Manager



Menerima:
Franchise Top of mind Award 2014

Marcus Laurentinus
Business Development Manager



Menerima:
Indonesia WOW Brand Award 2014 & 2015



Pelopop Apotek Waralaba Asli Indonesia Terbaik

Apotek Asli Indonesia yang mengerti kebutuhan masyarakat Indonesia

Sistem Franchise UNGGUL!

- Brand kuat & sudah dikenal
- Royalty fee ringan
- Dukungan terpadu untuk: Pendirian gerai, rekrutmen & pelatihan staf, IT Software online 24 jam, strategi pemasaran hingga operasional
- Mendorong kewirausahaan
- Mempunyai bisnis yang sekaligus ibadah, menjadi berkat dan manfaat dengan memberikan akses obat yang mudah dan terjangkau bagi masyarakat Indonesia

5 JAMINAN PURWOKERTO

BISNIS BAGUS TAHAN KRISIS	WARALABA APOTEK TERBAIK	DUKUNGAN BISNIS TERPADU	MENDORONG WIR A USAHA	MEMBERI MANFAAT BAGI SESAMA
----------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	------------------------------	------------------------------------

Sistem SDM UNGGUL!

K-24 Academy : Pusat Pelatihan SDM terpadu

Sistem Bisnis UNGGUL!

5 Jaminan Pasti Apotek K-24

BUKA 24 JAM	100% OBAT ASLI	HARGA SAMA pagi - siang malam - libur	KONSULTASI APOTEKER GRATIS	Layanan AN TAR
--------------------	-----------------------	--	-----------------------------------	-----------------------



Suasana Interior Apotek K-24



CSR Apotek K-24 Bedah Rumah di Kulon Progo, Foto bersama Bupati & Wakil Bupati



Informasi :

HOTLINE WARALABA
0888 243 0910

Kantor Yogyakarta:

Jl. Magelang, Karangwaru kidul,
PR 24, Yogyakarta 55241
0274 - 542024, 542025

Kantor Jakarta:

Jl. Salemba Raya, No. 20,
Jakarta Pusat
021 - 31902214

Kantor Surabaya:

Jl. Ngagel Jaya Utara, No. 143,
Surabaya
031 - 5015072, 5015073

 sobat sehat kita-kita

 @sobatsehatkita

 cs@apotek-k24.com

 www.apotek-k24.com

Tanya Waralaba Apotek K-24

Sesuai dengan Visinya, jaringan Waralaba Apotek K-24 telah terbukti menjadi berkat & manfaat bagi masyarakat, associates (karyawan) & pemilik usaha, melalui jaringan apotek waralaba yang membuat akses hidup sehat menjadi mudah & murah bagi masyarakat Indonesia.

Profil seperti apa yang cocok untuk jadi pengusaha Apotek K-24?

Usaha ini cocok bagi Anda yang punya minat di bidang kesehatan, berjiwa sosial untuk melayani sesama, dan punya semangat menjadi pengusaha, mau terlibat dalam supervisi operasional usaha, bukan investor semata.

Bagaimana saya bisa mendapatkan Waralaba Apotek K-24?

Telpon HOTLINE kami sekarang di 0888 243 0910 atau kunjungi website kami www.apotek-k24.com dan isi Enquiry Form, bisa juga ke telepon Kantor Jakarta (021) 3190 2214, Kantor Yogyakarta (0274) 542 024/ 025 dan Kantor Surabaya (031) 501 5073/72, kami dengan senang hati akan memberikan presentasi bisnis Apotek K-24 untuk Anda.

Berapa investasi yang dibutuhkan untuk membuka satu gerai Apotek K-24, serta untuk apa sajakah biaya yang dikeluarkan tersebut?

Mulai dari 600 jutaan dengan luasan 40 s/d 60m2. Paket Investasi ini meliputi sewa bangunan, renovasi, stok obat awal, papan nama gerai, eksterior, interior, mebel, sistem dan software IT, modal kerja 3 bulan, inventaris gerai, biaya pelatihan awal dan masih banyak lagi.

Apa saja yang harus dibayarkan oleh penerima waralaba kepada PT K-24 Indonesia sebagai pewaralaba?

- Biaya awal (biaya awal waralaba dan jasa manajemen pra operasional) sebesar Rp 100 Juta, untuk masa waralaba 6 tahun.
- Biaya Bulanan sebesar 1,5% dari omset per-Bulan.

Berapa lama usaha Apotek K-24 ini akan balik modal?

Jika target penjualan tahunan dan target margin tercapai, serta biaya operasional dapat dikendalikan, maka berdasarkan pengalaman kami, balik modal akan terjadi dalam \pm 3 tahun. Ada juga apotek yang balik modal lebih cepat karena pertumbuhan yang sangat baik.

Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk membuka satu gerai Apotek K-24?

Rata-rata membutuhkan waktu 4 bulan setelah lokasi dipastikan.

Bagaimana tahapan untuk mengambil waralaba Apotek K-24?

- Mengisi Enquiry Form (formulir aplikasi)
- Mengikuti presentasi waralaba Apotek K-24
- Menandatangani MOU
- Menentukan lokasi gerai
- Menandatangani perjanjian waralaba
- Memulai langkah pra-operasional (akan dipandu oleh PT K-24 Indonesia sebagai pewaralaba)
- Mengikuti pelatihan awal
- Pembukaan gerai

Adakah penambahan stok obat setelah beroperasi?

Perlu adanya penambahan stok obat setelah beroperasi, menyesuaikan kebutuhan pasar setempat.

Berapakah jumlah karyawan yang dibutuhkan untuk menjalankan 1 unit gerai?

Dibutuhkan 9 karyawan di setiap apotek, bisa bertambah sejalan dengan pertumbuhan bisnis.